

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Les rumeurs médiatisées

GRYSPEERDT, Axel; Klein, Annabelle

Published in:
Fumées sans feu

Publication date:
1993

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

GRYSPEERDT, A & Klein, A 1993, Les rumeurs médiatisées: entreprises de rumeurs ou rumeurs d'entreprises. Dans *Fumées sans feu: Actes du colloque de Liège sur la rumeur. Les Amis de l'ISIS, Liège, 14-15 octobre 1993*. Amis de l'ISIS, Liège, p. 65-77.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

LES RUMEURS MÉDIATISÉES : ENTREPRISES DE RUMEURS OU

RUMEURS D'ENTREPRISES

Je compte limiter mon exposé à un élément qui n'apparaît pas dans le texte de présentation, à savoir ma comparaison entre la manière dont les médias écrits traitent des rumeurs d'une part et la manière dont les médias traitent de la crise, d'autre part. Par médias écrits, j'entends essentiellement la presse d'information sérieuse, en excluant la presse à ragots et en considérant essentiellement les rubriques économiques de la presse quotidienne ou des suppléments économiques tels que la Libre Entreprise et Eco-Soir.

Bien sûr la crise et la rumeur sont des éléments de nature différente :

- l'un des éléments est d'ordre économique ou politique et correspond en gros à un moment où il faut faire des choix et où l'avenir est problématique; moment où les groupes risquent de s'enliser ou de dépérir s'ils ne s'en sortent pas.

- l'autre est d'ordre communicationnel, lié à des incertitudes dans l'information et à des systèmes de croyances et de crédibilité.

Pourtant, au cours de ces dernières années, les médias semblent les traiter d'une manière comparable ou équivalente en leur accordant à l'un comme à l'autre un poids considérable et une attention énorme.

1. Il y a une médiatisation très forte des rumeurs.

Notamment dans les pages économiques et dans la presse économique. Personne n'y échappe.

Exemples : - La Société Générale de Belgique.
"Elle court elle court, la rumeur".

Janvier 1991 : grand titre et article avec photo correspondant aux nombreuses rumeurs sur la SGB qui fût longtemps une "vieille dame muette et discrète"

- Rumeurs et Barco. Grand titre correspondant à une mise en scène particulière, favorable à une entreprise. Bien qu'on parle peu de l'entreprise en question dans l'article, le titre indique bien que les rumeurs à propos d'un acteur économique ne sont pas nécessairement négatives à son égard (12 mai 1993).

- Rumeurs diverses médiatisées dans des grands titres à des moments divers (entre 1989 et 1993) notamment les formules suivantes :

- *"Japon : rumeurs de baisse des impôts".*
- *"Une rumeur de plus sur l'avenir de la BBL".*
- *"Des rumeurs d'accord du G-3 font vaciller le dollar".*

Le mot rumeur lui-même apparaît de plus en plus souvent dans des gros titres ou dans des intertitres. Non seulement la presse reprend des rumeurs et des

"on-dit" mais elle les présente comme tels et utilise plusieurs indicateurs lexicaux concrets pour dire qu'il s'agit bien de rumeurs.

2. Parallèlement à cela, il y a médiatisation très forte de la crise.

Des rubriques "crise" sont créées dans certains journaux. L'on trouve aussi de plus en plus régulièrement dans la presse écrite des rubriques "rumeurs" ou "démentis" et des dossiers entiers sont consacrés à la crise, abondamment étayés par des commentaires, par des témoignages, des dossiers, des interviews, voire par des faits et illustrés par des photographies, des graphiques, des caricatures et des diagrammes.

La crise est un des thèmes actuellement porteur. La presse en fait des dossiers, des analyses, des reportages, des débats avec ses lecteurs, des articles en première page, avec des gros titres.

Exemples :

- Editorial : *"c'est la crise"*.

Article de Pierre LOPPE, dans La Libre Entreprise, 28 septembre 1993.

- Grand titre relatif à la micro-économie : *"La crise s'accroche aux entreprises"*, La Libre Belgique, 8 octobre 1993.

- Grand titre d'ordre davantage macro-économique : *"La Bundesbank nie la crise"*, 20 août 1993. Le titre montre que comme en matière de rumeurs, la crise peut donner lieu à des démentis.

3. Dans les deux cas, crise et rumeurs, on retrouve dans la presse de mêmes dispositifs d'énonciation ou de même stratégies de visibilité.

La presse traite les rumeurs et la crise de même manière que les autres grands thèmes, sans être discrète à leur égard. Elle n'hésite pas à recourir à un vaste dispositif iconique et imagé pour traiter des rumeurs ou de la crise.

a) Dispositif verbal :

La crise comme les rumeurs sont assorties de preuves, de simili preuves, de raisons d'y croire, de témoignages, de personnes autorisées, etc. Les textes sont très largement étayés et recourent à de nombreux arguments.

Les termes de rumeurs ou de crise ou leurs équivalents (bruits, on-dit, informations non-démenties, morosité, récession, ...) apparaissent régulièrement dans des grands titres, des sous-titres et/ou des sur-titres.

Les journalistes utilisent toutes sortes de procédés de mise en forme : caractères italiques, lettres capitales, points d'interrogation ou d'exclamation.

Ils recourent à la métaphorisation ou à l'arsenal des procédés rhétoriques.

b) Dispositif imagé :

Recours à de nombreuses illustrations, à des photographies, à des images, à des caricatures, à des graphiques. Recours à la couleur.

c) Dispositif événementiel :

Renvois réguliers à des expériences, à des événements, voire à des faits bruts qui ont pu avoir lieu ou qui se produiront.

Les commentaires ne manquent pas, ni dans le texte, ni sous la forme de légendes de photos : tantôt il s'agit de commentaires discrets de journalistes, tantôt de citations de personnes interviewées.

Exemples :

Crises et rumeurs à propos du système monétaire européen (SME). Un article du 23/09/92. En titre : *"Kohl et Mitterrand au coeur de l'orage"*. Sous-titre : *"Leur silence relatif, mardi, à Paris, alimente les rumeurs. Le franc français tient bon. Avec le soutien allemand."* L'article, placé en première page, est illustré par une photographie des deux protagonistes principaux se donnant la main.
A relever : 1) la présence conjointe de la crise et des rumeurs et 2) la métaphore de l'orage.

- Un article du 16/10/92 consacré à Petrofina. Nous remarquerons la cascade du terme "rumeurs" dans les endroits stratégiques du texte :

- a) le titre : *"Bruits et rumeurs pour Petrofina"*;
- b) le sous-titre : *"Petite plongée du titre suite à des rumeurs à propos d'Ekofisk"*;
- c) la légende de la photographie : *"La plate-forme d'Ekofisk, objet de toutes les rumeurs"*.

Le mot rumeur revient telle une litanie.

4. Que l'on parle de rumeurs ou de la crise, il y a très souvent dans la presse présence de marques de discrédit.

Les rumeurs, comme la crise, s'accompagnent de la désignation de coupables ou de boucs émissaires : les articles en question énoncent de manière allusive, voire de plus en plus fréquemment de façon explicite les responsables présumés (coupables ou boucs émissaires).

Avec la médiatisation galopante des rumeurs et des crises, ces coupables réels ou arbitraires et ces boucs émissaires sont devenus de plus en plus nombreux. Depuis, les entreprises et leurs dirigeants, toutes les entreprises ou certaines d'entre elles, par exemple celles qui délocalisent, jusqu'aux milieux politiques ou aux milieux médiatiques eux-mêmes, l'audiovisuel et la presse écrite en passant par la CEE, les syndicats, l'Etat, la Bundesbank, l'enseignement, les jeunes, les chômeurs, etc. Personne n'y échappe. La liste, progressivement de plus en plus longue, n'est pas prête d'être bouclée : seuls quelques groupes, à des moments précis, semblent échapper au discrédit généralisé et aux effets de réputation négative, d'autant plus perceptibles que la notoriété et l'image sont devenues, dans nos sociétés médiatisées, des critères d'importance qui ont succédé aux critères d'ordre économique ou politique.

5. A côté des marques de discrédit, un second effet de réel ou processus d'énonciation commun aux articles traitant de la crise et des rumeurs, consiste dans le fait que bien souvent, les informations de type rumorale ou relatives à la crise sont, presque par nature et en majorité, de type peu rassurantes et inquiétantes, teintées d'une coloration paniquante ou insécurisante, qui ne craint pas de susciter la peur.

Il convient de pondérer cette observation, en reconnaissant simultanément que la crise et les rumeurs médiatisées peuvent être souvent reçues par leurs destinataires comme de simples "on dit que", "il se pourrait que", voire des situations qui n'arrivent qu'aux autres ou même l'équivalent de simples divertissements télévisuels qui servent surtout à alimenter des conversations.

Dans un texte consacré aux conversations semi-publiques liées aux émissions télévisées, le sociologue français Dominique BOULLIER a montré que certaines personnes, inquiètes ou préoccupées par une question liée à leur vie ou à celle de leurs proches, parlaient autour d'elles (voisins, amis, collègues) de ce qui les avait marqués dans les émissions vues récemment à la télévision à la fois pour exprimer leur angoisse et pour se créer une opinion semi-privée en la matière.

La thématique abordée - de manière neutre - en seule référence aux contenus télévisuels leur permettrait de mettre sur la place semi-publique des questions d'ordre personnel et de les présenter comme telles.

Rien n'interdit de faire ici l'hypothèse que les rumeurs et les crises puissent remplir des fonctions similaires, à savoir :

a) devenir des éléments assimilables qui permettent aux gens, tout en se retranchant derrière un discours venu d'ailleurs, de faire part de leurs propres inquiétudes, de leurs propres angoisses et de leurs propres interrogations;

b) devenir des phénomènes langagiers ou des éléments qui, comme le dirait Pierre BOURDIEU, sont échangés sur un marché linguistique parce qu'à un moment donné ils traînent sur le marché, ils s'achètent et ils se vendent comme s'il y avait des acheteurs pour ce que nous avons à dire et pour la manière dont nous en parlons.

Et qu'à l'heure actuelle, parler de crise et parler de rumeurs, cela est finalement quelque chose de très porteur et de très rentable. Autrement dit, la crise et les rumeurs apparaissent simultanément très légitimées l'une et l'autre par la presse. Nous voilà, par la grâce des médias, projetés par la presse ou renvoyés par celle-ci dans un monde de crise, un monde en crise et dans un monde de rumeurs, un monde en rumeur, dans lequel nous sommes tenus à "faire avec" les rumeurs et avec la crise et à "faire contre" les rumeurs et contre la crise : c'est là un peu la grande règle énoncée par les médias et aussi la pensée commune qui se rejoignent pour tenir un même discours.

6. A ce sujet, les métaphores utilisées par les journalistes sont éclairantes et terriblement abondantes. Elles sont en général négatives : crises et rumeurs sont souvent présentées comme des périls et des chaos.

Sous la plume du journaliste, elles apparaissent l'une comme l'autre sournoises et dures. Elles peuvent faire mal. Elles peuvent saisir à l'improviste. Il n'y a guère de vaccin contre la crise, comme il n'y a guère de vaccin contre les rumeurs. Elles se propagent et se prolongent. La crise est lourde et inquiétante; les rumeurs font peser une épée de Damoclès sur l'avenir. Elles frappent de manière saisissante. L'une d'entre elles perdure et s'installe, devient de plus en plus profonde. Elle ne peut donc qu'être mauvaise dans nos systèmes de représentations où le profond signifie le mal, l'échec, le gouffre, le gouffre de la crise tandis que le haut représente l'envolée, le succès, la réussite. L'autre resserre, enferme et est aussi mauvaise car elle est cachée, elle vient d'on ne sait où.

Il s'agit donc de deux craintes, de deux éléments qui peuvent frapper et se répandre : il y a de la contamination dans les rumeurs et dans les phénomènes de crise : chaque groupe doit essayer d'y échapper.

Il y a en elles quelque chose d'inexorable : tout le monde peut, un jour ou un autre, en être atteint. Tout le monde sera atteint : c'est un langage prophétique, c'est une certitude. On n'échappe pas facilement à la crise (il faut être très malin ou très débrouillard), ni aux rumeurs.

Dans le stock d'articles citant explicitement des rumeurs encodés par notre équipe de recherche, qu'il s'agisse d'articles de fond ou de simples relations de fait, nous avons relevé un ensemble de métaphores de ce type :

- métaphores guerrières :

Les rumeurs → frappent
 → saisissent
 → sont une arme redoutable
 → sont un terrain explosif
 → se déchaînent aussi vite que les Kalachnikov
 → mettent le feu aux poudres

- métaphores animalières :

Les rumeurs → rampent
 → se traînent
 → serpentent

- métaphores médicales ou sanitaires :

Du genre maladies, absence de vaccins, épidémies, ...

- métaphores météorologiques :

Tempêtes, séismes, avalanches, orages, vents glacés...

Je ne résiste pas à l'envie de citer, parmi d'autres, un exemple particulièrement évocateur : dans un article consacré au SME et à l'Europe monétaire publié en septembre 1992, le ton est de nature plutôt paniquante puisqu'on parle :

- de train fou de la spéculation,
- de tumulte,
- de cauchemar,
- de journée hystérique,
- de bras de fer,
- de voie ouverte (à la dévaluation),
- (d'incertitudes, de choix) entre deux traitements de choc.

On y parle surtout et explicitement du temps de la rumeur qui fit l'objet d'un inter-titre.

Pour mieux épingle l'analogie ou l'interchangeabilité des métaphores qui caractérisent les rumeurs et la crise dans certains articles de presse, extrayons quatre citations de cet article :

- "Le SME prend eau de toutes parts : c'est le cauchemar"

- "Et la moindre phrase est susceptible de provoquer le chaos".

- "Une déclaration prêtée au Président de la Bundesbank a mis le feu aux poudres".

- "Des propos démentis en cours de journée, mais qui ont suffi à déclencher le tumulte".

Ainsi, dans les discours énoncés, crise et rumeurs mèneraient-elles au chaos et au désordre. Je reviendrai plus loin, dans les conclusions, sur cette association étroite entre les rumeurs et la crise et sur cette amplification de la crise par les rumeurs, comme si ces deux phénomènes distincts étaient les deux facettes d'un même phénomène ou du moins deux phénomènes étroitement liés.

7. Le vocabulaire utilisé par la presse va aussi dans le même sens que les métaphores.

A titre d'exemple, on y trouve les mots :

- désarroi
- vitesse : la rumeur est rapide, la crise aussi
- inquiétude magique
- désastre
- aggravation
- tourmente
- déperdition
- hémorragie
- déstabilisation
- attitude de protection

ou des mots déjà cités tels que discrédit qui s'oppose, comme chacun le sait, au crédit.

8. Plus important et plus significatif que le vocabulaire et que les métaphores apparaît le style lui-même employé par les journalistes.

Je dois d'emblée faire une remarque à ce propos en utilisant un vocable qui a été forgé par un membre de notre équipe de recherche ici présent. Madame Annabelle KLEIN, dans les travaux qu'elle mène avec le soutien du FNRS, parle de style rumorale ou d'écriture rumorale pour désigner un style particulier d'écriture dans une ambiance rédactionnelle propice aux rumeurs :

- on n'y véhicule pas nécessairement des rumeurs;
- on n'y emploie pas nécessairement le terme de rumeur de manière explicite.

Mais on utilise un procédé journalistique dans lequel l'incertitude et l'interrogation sont les règles générales. Le style rumorale, selon l'équipe louvaniste qui y travaille actuellement, peut se résumer par quatre caractères :

a) **Un discours qui se masque**, dont on ne sait pas très bien qui est l'énonciateur principal. On y rapporte un discours d'autrui où l'on procède par style indirect.

Autrement dit, le journaliste ne prend pas la totale responsabilité de ce qu'il avance : il se réfère à une source ou à un énonciateur extérieur, voire anonyme ("ce n'est pas moi qui l'ai dit, c'est n'importe qui et peut-être même n'est-ce personne"). C'est la rumeur publique qui l'a colporté. "On rapporte que", "on reproche", "on dit", "selon des rumeurs anonymes et insistantes"... Par ce fait, les procédés stylistiques sont nombreux : citations, guillemets, utilisation de sources neutres.

b) **Un discours qui accroche**, qui attire l'attention, qui peut être bourré de points d'interrogations et d'incertitudes, mais qui, en même temps, saisit le lecteur par une atmosphère, un ton de confiance, de scoop, de secret, de divulgation, de révélation avant l'heure, de confiance, qui fait du lecteur et du journaliste un initié et qui tend à considérer la rumeur ou l'information comme une fuite.

c) **Une écriture rationnellement irrationnelle** : dans laquelle les arguments et les commentaires ne manquent pas : on étaye des thèses, on rationalise ou on objective des hypothèses parfois folles. On s'intéresse à l'improbable et à l'imprévisible par toutes sortes d'artifices langagiers le rendant probable ou possible, croyable ou crédible.

Autrement dit, on tend à expliquer sans vraiment expliquer et l'on essaye d'accréditer un maximum ce que l'on dit.

d) **Un style ouvert** : qui laisse place à plusieurs interprétations ou à plusieurs lectures de la part du destinataire de l'information. Comme si le journaliste s'ingéniait à laisser une grande part de responsabilité aux lecteurs. Lui, a procédé par allusions, à eux de vérifier, de croire ou de ne pas croire.

Le tout s'accompagnant régulièrement par des remarques explicites de prudence sur la validité de l'information :

- *"Il ne faut pas prendre au comptant";*
- *"La nouvelle n'a pas pu être vérifiée";*
- *"Les sources principales ne sont pas encore confirmées à ce jour".*

De manière générale, le style rumoral est un style prudent par lequel le journaliste exprime ses propres doutes.

J'ajouterai, pour ma part, aux quatre caractères de l'écriture rumorale :

- écriture qui se cache, qui se masque
- écriture qui accroche
- écriture qui rationalise l'irrationnel
- écriture qui s'ouvre

un cinquième caractère que je lie à l'anticipation : les articles en question utilisent beaucoup deux temps grammaticaux qui ne sont pas les temps habituels de la presse : le futur et le conditionnel, alors que la presse traite les événements et

qu'on serait en droit de penser qu'ils seraient décrits au passé ou à l'imparfait (voilà comment les faits se sont passés), voire même au présent.

Comme le dit l'auteur américain Michael SCHUDSON dans un article consacré au temps dans la presse, les temps qui dominent sont le passé et le présent. L'événement plutôt que l'avènement.

En matière rumorale, comme en matière économique, c'est au contraire essentiellement l'anticipation qui est l'élément le plus recherché. Déjà dans les années 70, devant s'expliquer sur la presse économique, le journaliste belge Dominique DEMAÏN, spécialiste notamment des phénomènes boursiers, relevait que pour les patrons et les hommes d'affaires, le véritable bon journal économique est celui de l'année prochaine ou de l'année suivante celui qui permettra au décideur d'agir en connaissance de cause.

Penchons-nous concrètement sur quelques échantillons d'articles économiques.

Bon nombre d'entre eux et notamment ceux qui parlent de la crise ou de rumeurs recourent à une combinaison de critères :

- **un discours prudent** : dans lequel le journaliste lui-même ne prend pas la responsabilité, mais la laisse à d'autres, qu'il s'agisse d'experts économiques ou politiques, de sources secrètes, d'on-dit, de rumeurs anonymes ou de témoignages de gourous.

- **Un discours argumenté** : montrant par des données précises dans le réel que les allégations faites sont réalistes, possibles et crédibles : chiffres précis, faits antérieurs. Il s'agit de rendre plausible la crise par les arguments, les données, les chiffres, les tableaux, les états de la situation et l'infographie et de faire apparaître les rumeurs tout aussi plausibles sur base d'une bonne argumentation et d'une présentation dans les médias.

- **Un discours conditionnel** : encombré d' "il se pourrait que", "ce n'est pas sûr", ...

- **Un discours qui rebondit** : "on pourra vérifier dans les jours qui suivent", "l'affaire n'est pas finie", "l'avenir nous réservera peut-être quelques surprises," ...

La rumeur comme la crise permettant d'ailleurs d'ouvrir des perspectives pour d'autres articles, d'autres communications, d'autres paroles : contre-avis, démentis, opinions diverses, débats d'idées. Elles apparaissent comme des éléments de conversations sociales qui donnent lieu à d'autres conversations sociales. Ou, selon l'expression de Gérard GENETTE, elles constituent un intertexte.

J'ai bien sûr un certain nombre d'exemples avec moi, mais il ne m'est possible ici de faire état que de l'un ou l'autre article dans une optique plus illustrative que démonstrative.

Exemples :

- 1er article : 21 décembre 1993 : restructuration chez CMI. Article consacré à la crise économique et à la crise des affaires, aux difficultés de Cockerill et du CMI.

Dès le surtitre, le journaliste utilise le conditionnel :

"... casserait 300 emplois..."

"... aurait perdu 3 milliards..."

- Le journaliste utilise des phrases interrogatives essentielles.
- Il parle d'hémorragie générale (médical).
- Il renvoie à une presse écrite, mal identifiée mais présentée comme crédible.
- Il insiste beaucoup sur le fait qu'il s'agit d'informations non confirmées officiellement.

Il titre gros avec un titre gras, utilisant le terme "crise".

Les éléments forts sont :

Prudence
Argumentation
Conditionnel
Affaire à suivre

- Le texte voisin, consacré au groupe GB, dans le même journal, utilise quant à lui majoritairement le mode futur mais le procédé rédactionnel suivi est semblable.

- argumentation : beaucoup de chiffres très précis : par exemple à Liège, Luxembourg et Namur : "310 postes supprimés" à Bruxelles-Hal-Vilvorde: "496 postes seront supprimés" à Anvers et Limbourg: "450 postes supprimés". On mentionne aussi le nombre précis de prépensions et de personnes à reclasser.

- prudence : "ces informations n'ont pas été officiellement confirmées par la direction".

- conditionnel : "selon nos informations, il pourrait être question de..." "chiffres à prendre avec grande prudence" "préconisons dès lors une lecture de ce qui va suivre sous le mode conditionnel"

- affaire à suivre : "Dans l'après-midi, enfin, la direction réunira la presse au grand complet. Une presse qui aura eu l'occasion, en fin de matinée, de rencontrer certains dirigeants syndicaux. Belle bagarre de communication en perspective..."

CONCLUSIONS :

Il est temps de conclure et de revenir aux liens entre la crise et les rumeurs.

Voici le modèle que je propose, sur base des vérifications encore à tester expérimentalement, car la recherche sur la rumeur est loin d'être épuisée. Tout n'est pas encore saisi, ni compris.

Je voudrais relever huit points que je vais organiser en fonction de leur degré de signification : les plus superficiels au début, les plus explicatifs à la fin.

1. Une proximité entre crise et rumeurs :

La base de mon intervention, c'est que les rumeurs et la crise sont des phénomènes de nature différente mais qui offrent pas mal de proximité entre eux dans leur traitement.

2. Une médiatisation quasi comparable :

Dans notre société actuelle, plus particulièrement dans les années 1992-93, crises et rumeurs sont souvent traitées par les médias de manière similaire, avec les mêmes règles d'énonciation, de valorisation et d'accroche, parfois de mêmes métaphores et de mêmes qualificatifs.

3. Une information économique similaire :

Il est intéressant de noter que, malgré la disparité entre rumeurs et crise, les médias ne sont pas loin de leur conférer un même statut de "nouvelles".

Ainsi, il n'y aurait pas d'une part, la crise et d'autre part, les rumeurs mais de part et d'autre une information économique, digne d'être présentée dans les médias, que ce soit sous forme d'articles de fond, de nouvelles ponctuelles ou encore de dossiers.

En ce sens, les rumeurs seraient une information comme une autre, dont les effets dans le domaine économique peuvent être importants. Rumeurs et crise peuvent être assimilées à une matière première à traiter par les journalistes. Et si ces derniers ont quelques doutes sur la matière, ils l'expriment sous la forme d'un style que nous avons appelé *rumoral*.

4. Un signal ou un avertissement :

Le climat d'insécurité et de prudence qui caractérise la plupart des discours sur la crise et sur les rumeurs a pour but d'agir comme un signal de danger ou un avertisseur. Mais ce signal ne doit pas être interprété au premier degré.

Il s'agit moins de dire que la situation se dégrade, c'est-à-dire qu'il y a un danger d'ordre économique et de le signaler par la crise, ou que la communication se dégrade, c'est-à-dire qu'il y a un danger d'ordre communicationnel et de le signaler par la rumeur, que de relever qu'il y a des responsabilités à prendre, que le moment est venu d'agir et de faire des choix.

Tous comptes faits, les situations se dégraderaient peut-être davantage si on ne parlait pas ou si on ne parlait jamais de crise. Et d'autre part, la communication n'est pas dégradée, mais peut-être enrichie par la rumeur.

Il s'agit de présenter des éventualités et des avertissements permettant entre autres de prendre des mesures préventives.

5. Une affectation des systèmes de valorisation :

Le fait qu'ils jouent sur les systèmes de réputation dans une société où la réputation et la notoriété occupent une place importante, entraîne fatalement que les groupes qui souhaitent modifier des situations utilisent la crise et les rumeurs à leur profit.

Pour ces groupes, il s'agit d'exercer un pouvoir, parfois de déstabiliser des adversaires, par la situation anticipative annoncée ou par la communication. Il s'agit surtout de pouvoir agir sur le réel.

La crise et les rumeurs sont non seulement des déclencheurs conversationnels, mais encore des éléments de valorisation et de dévalorisation, liés à l'identité des groupes et à l'appartenance à des courants d'action.

Le modèle des rumeurs rejoint ainsi le modèle général de la communication et affecte les systèmes de valorisation.

6. Une introduction au débat social :

Puisqu'elles servent à alimenter des conversations dans la vie courante, les rumeurs et la crise sont des éléments attractifs dans les médias. Titrer sur la crise ou sur les rumeurs - procédé d'énonciation devenu habituel - a de quoi satisfaire les lecteurs, qui ne cherchent pas nécessairement à valider leur information mais qui souhaitent davantage pouvoir paraître éclairés sur celle-ci. Le sociologue espagnol des médias ARANGUEN mettait en évidence cet élément dans les années 1970. Pour le lecteur, il s'agit d'être dans le coup, au courant, d'être "in", il s'agit de pouvoir participer au vaste débat social.

7. Une mise en récit :

Une fois qu'elles sont installées dans les esprits, crise et rumeurs présentent des perspectives de mise en récit très intéressantes. Liées à des anticipations et à des perspectives, elles permettent un traitement d'information à épisodes ou même à rebondissements. Les articles basés sur les rumeurs ou

parlant de crise, génèrent des conversations, mais ils génèrent aussi d'autres articles. Leur caractère narratif et leur caractère de feuilleton à épisodes concourent à en faire un thème privilégié par la presse écrite. Rumeurs et crise sont des sujets en or.

Il y a la crise, il y a aussi les crises.

Si la crise apparaît souvent au singulier il y a toujours des rumeurs : rumeurs économiques, rumeurs financières, rumeurs boursières et autres...; il y a aussi la rumeur et les crises. Cette avalanche de crises et de rumeurs provoque l'impression d'une grande crise et d'une grande rumeur et elles engendrent une sensation d'une multitude de crises et rumeurs qui s'additionnent.

8. Un caractère circulaire ou complémentaire :

De nombreuses recherches portant sur les rumeurs ont déjà montré qu'en période de crise, les rumeurs sont particulièrement abondantes, qu'il s'agisse des tous premiers travaux de recherche pendant la guerre ou de recherches appliquées à la communication en entreprise par exemple.

Le sentiment de crise profonde semble accentuer la confiance dans les rumeurs (toute information peut être une voie de salut), et les rumeurs elles-mêmes, paraissent accélérer le sentiment d'insécurité et de crise. C'est en ce sens que rumeurs et crises peuvent apparaître comme deux facettes d'un même phénomène.

On peut même aller plus loin en relevant que la crise et les rumeurs correspondent à ce qu'Edgard Morin ou Daniel Bournoux appellent des phénomènes circulaires et auto-prédicatifs, ou encore des tourbillons.

La crise accentue la crise - entendez le sentiment de crise accentue l'impression de crise - tout comme les rumeurs accentuent les rumeurs. Mais il y a davantage encore.

En période de crise, les rumeurs sont plus nombreuses qu'en dehors de ces périodes. C'est en période d'incertitudes qu'elles se développent principalement. La crise provoque les rumeurs ou la grande rumeur et les rumeurs engendrent un climat ou un sentiment de crise, voire une impression généralisée de crise.

Pourrait-on dès lors aller jusqu'à affirmer qu'en micro-économie comme en macro-économie, il y a, dès lors, entreprise de rumeurs et entreprise de crise, comme il y a crise d'entreprise et rumeurs d'entreprise ? Je ne répondrai pas à cette question, me contentant seulement alors de vous renvoyer au titre de mon exposé.

Bibliographie :

1. ARANGUEN, J.-L. *Sociologie de l'information*. Paris : Hachette, 1967.
2. BOUGNOUX, D. *La communication par la bande : introduction aux sciences de l'information et de la communication*. Paris : La découverte, 1991.
3. BOULLIER, D. "Savez-vous parler télé ?". In : *Médiapouvoirs*, 1991.
4. BOURDIEU, P. *Ce que parler veut dire*. Paris : Fayard, 1982.
5. SCHUDSON, M. "Les temps dans la presse". In : *Médiapouvoirs*

Jacques LANOTTE :

Mesdames, Messieurs, il serait incongru de présenter René Haquin. Les débats télévisés quels qu'ils soient ont déjà pu largement vous présenter son visage. Vous connaissez les enquêtes qu'il mène et, pour le présenter, je vais simplement reprendre les dernières lignes des "Guérisseurs philippins", ouvrage paru en 1977. Si je cite ses phrases, c'est que, curieusement, elles reprennent les deux derniers mots de M. Gritti. M. Gritti a dit : "Nous retrouvons des pratiques millénaires dans la légende ou le mythe". Pour clore l'enquête qu'il a menée aux Philippines, Haquin termine : "Alors, ces guérisseurs philippins, un mythe, une légende, ou bien tout simplement ce besoin d'illusion dont paraissent devoir souffrir tous les hommes afin de pouvoir vivre et survivre, qui sait ?". Cet extrait montre bien, je crois, l'attention que porte M. Haquin dans tout son travail journalistique. Pour le moment, M. Haquin, je ne vais pas dire est aux Assises, parce que ce serait incongru, mais traite un procès... En voulant me dépayser du colloque, hier soir, j'ai lu le journal. La première page, c'est : "Rumeur aux Assises. La rumeur a été démentie". Je crois maintenant que Monsieur Haquin va pouvoir nous donner un exercice à chaud, et non pas un exercice théorique, voir comment les rumeurs circulent dans ce qui se passe à Namur pour le moment.

CONFÉRENCE

Je jure que nous ne nous étions pas concertés ! J'ai envie de commencer avec l'information qui a servi de base à l'introduction, à savoir cet article du *Soir* d'hier matin, précédé, en première page, par ce qu'on appelle en termes techniques "une accroche". Cet article m'a fait sursauter parce que, lisant l'avant-titre, j'ai vu : "Rumeur aux Assises de Namur", suivi de : "Cartomancienne toujours en fuite". C'est exactement contradictoire, puisque la rumeur disait qu'elle était arrêtée ! Alors, en quelques mots, que s'est-il passé ?

Avant-hier après-midi, j'ai dû m'absenter pendant deux heures des Assises de Namur pour aller soigner mon doigt ! Je me trouvais dans un hôpital bruxellois, quand mon sémaphone m'a appelé : le journal, comme on dit dans le métier, me "bippait" ! C'était en effet une nouvelle fort importante, dans la mesure où, dans cette cours d'Assise, comparaissaient quatre accusés qui se liguèrent depuis lundi dernier contre le cinquième, en fuite, la cartomancienne, en prétendant qu'elle seule avait manigancé l'assassinat de la victime... C'est la cartomancienne qui avait organisé tout le scénario et qui en avait récolté les fruits, puisque c'est elle qui est la bénéficiaire de cette succession. La reddition de cette cartomancienne était donc une information capitale, dont le journal avait été saisi. De retour à Namur, l'après-midi, j'essaye de vérifier l'information. Je téléphone au Parquet de Dinant là où était menée l'instruction judiciaire. Je rencontre un commissaire de police qui me déclare qu'il n'est au courant de rien ! Je téléphone ensuite au Parquet de Namur où l'on me fait savoir que l'audience du jour n'est pas encore